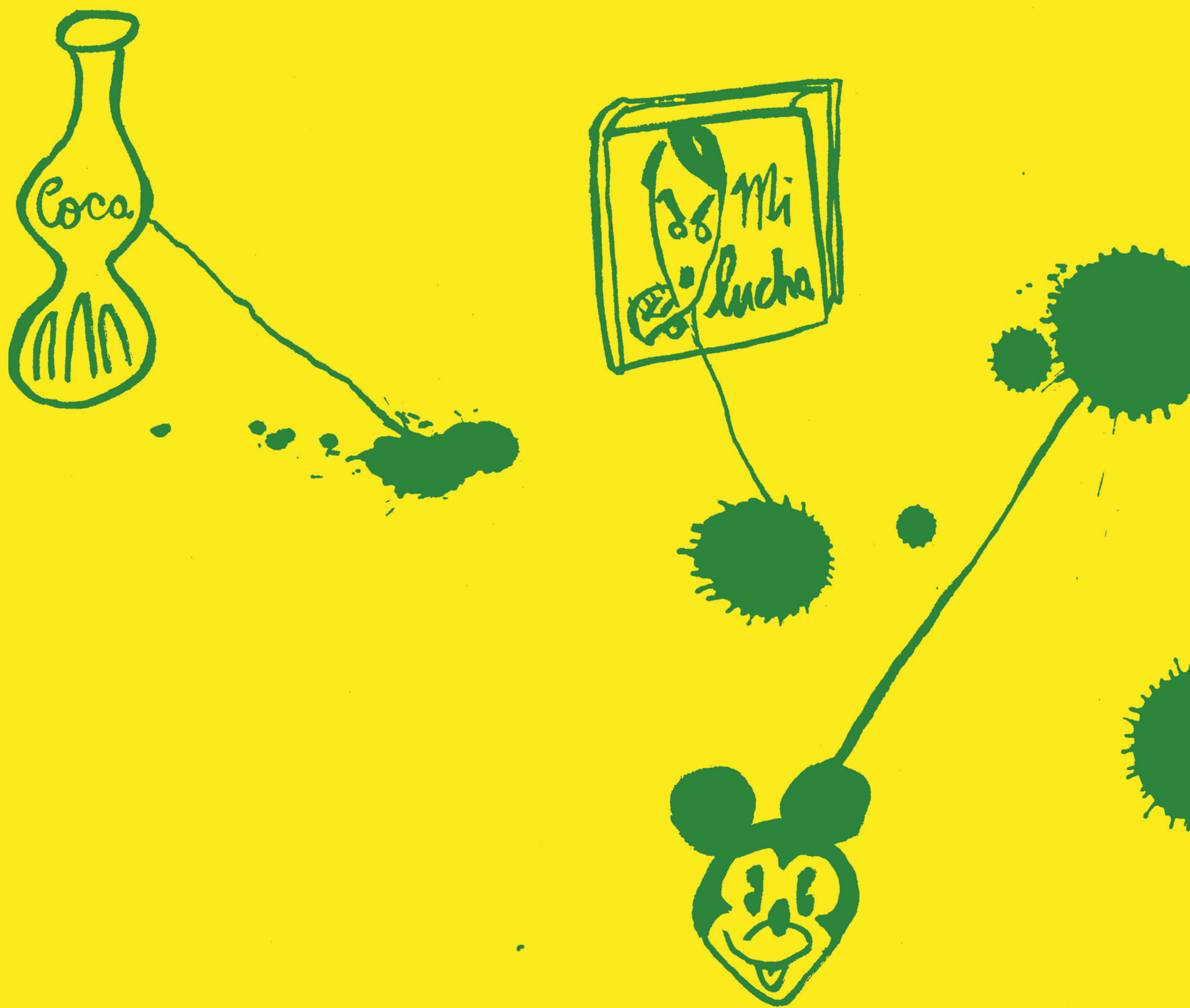


Coca-Cola Mickey Mouse Adolf Hitler

X

J. G. BALLARD

Coca-Colonización

Por Dios, la Patria y Coca-Cola
Mark Pendergrast

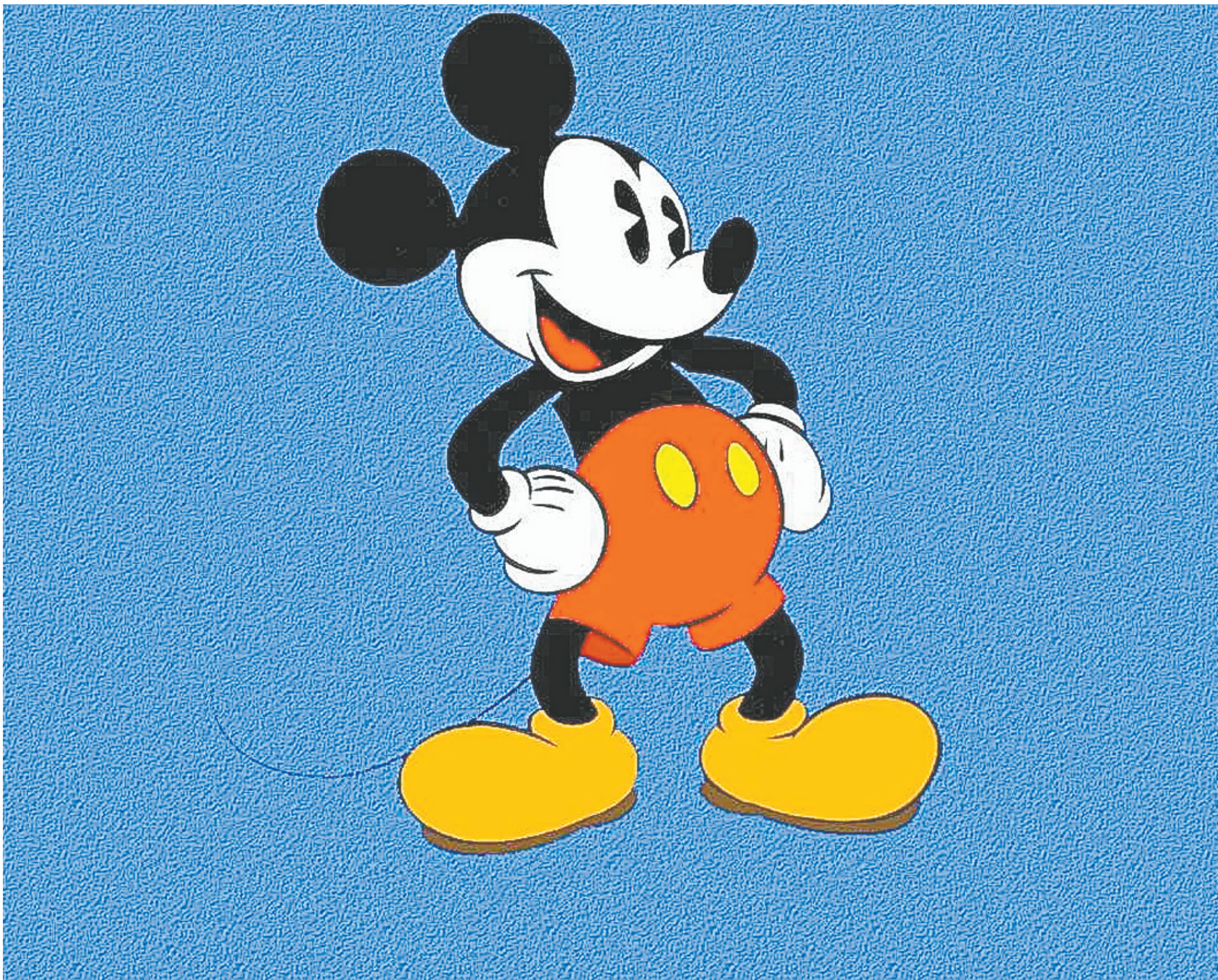
Coca-Cola, el producto de marca más famoso del mundo, goza también de la distinción de ser el de peor fama, por lo menos en la demonología de la izquierda. Henry Ford dio nombre a las desalmadas cadenas de producción que han hecho sus automóviles, pero por lo que yo sé nadie ha acusado nunca a Hoover o Heinz de esgrimir la maligna influencia geopolítica que marxistas y antinorteamericanos creen firmemente que ha ejercido Coca-Cola.

¿Cómo es que un líquido con gas, 99% de agua azucarada con una pizca de cafeína y ácido fosfórico, ha podido convertirse en uno de los principales símbolos de Estados Unidos del siglo veinte y amenazar, según afirman algunos, la identidad cultural de naciones enteras? ¿Cómo es que, además, la compañía que hace la bebida y llena todas esas botellas de silueta femenina de un líquido burbujeante de color caramelo ha llegado a ser tomada con tanta seriedad que los representantes de la empresa en el extranjero a menudo gozan prácticamente de la posición de embajadores, y su logotipo se ve como una fuerza tan insidiosa como la combinación de la CIA y la KGB?

Por Dios, la Patria y Coca-Cola, de Mark Pendergrast, es un relato desopilante de los orígenes del refresco más difundido del mundo, y del lugar mítico que ocupa en la conciencia de los consumidores. En la central de Atlanta, Georgia, 3000 turistas visitan cada día el museo donde se exhibe la creación de Coca-Cola en 1886 en un hervidor de tres patas como un milagro equivalente al nacimiento de la Virgen. Su inventor fue John Pemberton, un médico de 54 años de origen escocés y sufrido morfinómano. Como muestra Pendergrast, Coca-Cola estaba lejos de ser una bebida singular. Al igual que tantos otros "tónicos nerviosos" de la época, era una medicina de libre venta cuyo principal atractivo –sobre todo para su creador– era el toque evidente de cocaína. Una bebida hoy olvidada, Vin Mariani, producida por primera vez hacia 1860, ya se había vendido en Europa y Estados Unidos, y era una mezcla de vino de Burdeos y cocaína que contaba con la recomendación de Edison, Zola, la reina Victoria, Buffalo Bill Cody y al menos tres papas.

Tratando de imitar el éxito de Vin Mariani, Pemberton lanzó primero al mercado su Cola Vino Francés, agregando un extracto del árbol de cola que contenía un potente alcaloide, la cafeína. Pero su vino fortalecido nunca se hizo popular, y en busca del éxito recurrió a un nuevo ingrediente provisto por los expendedores de bebidas no alcohólicas: el agua con gas. En 1900, Coca-Cola ya era un fenómeno comercial, controlado entonces por un empresario brillante llamado Asa Candler. Las críticas públicas por la cocaína que contenía la bebida hicieron que ésta se quitara en 1901, pero asombrosamente la popularidad de la Coca-Cola no decayó. Como comprendieron los astutos dirigentes de la compañía, la gente compraba la imagen tanto como el producto, y Pendergrast dedica los capítulos más divertidos del libro a los tediosos esfuerzos de los hombres de marketing para vender en el mundo el eructo más refrescante.

Por J. G. Ballard



Las heroicas hazañas de Coca-Cola durante la Segunda Guerra Mundial tuvieron su recompensa, y su alcance mundial igualó al poder norteamericano. Los militares norteamericanos siempre tenían a mano la tranquilizadora botellita, y Mary Churchill, la hija de Winston, llegó incluso a bautizar un destructor con una botella de Coca-Cola. La bebida se vendía en casi todas partes, y la publicidad implacable era parte de la conciencia cotidiana y un emblema de la confianza de los norteamericanos.

Era de prever que los primeros en protestar contra lo que veían como un secreto plan cultural fueron los comunistas franceses, quienes en 1949 se refirieron a la "Coca-Colonización" de Europa e intentaron organizar una prohibición. Hasta el siempre tan sobrio *Le Monde* denunció "los peligros que Coca-Cola representa para la salud y la civilización francesas", y comparó la publicidad de la compañía con la propaganda nazi: ambas "embriagaban" a las masas. Por desgracia para quienes protestaban, a demasiada gente le gustaba realmente la cosa, algo que los intelectuales de izquierda nunca pudieron entender. El cineasta Jean-Luc Godard aceptó implícitamente el poder de Coca-Cola y del sueño norteamericano cuando se refirió a los jóvenes de los años sesenta como "los hijos de Marx y Coca-Cola".

La Coca-Cola había derrotado fácilmente al marxismo, pero una amenaza más siniestra aún aparecía en el horizonte: la Pepsi. Esta bebida a base de pepsina, creada en 1898 por Caleb Bradham, un farmacéutico de Carolina del Norte, nunca llegó a igualar las ventas de Coca-Cola, pero su presencia en el mercado aumentó continuamente a lo largo de las décadas. Obsesionada con el desafío de Pepsi, Coca-Cola se encontró inmersa en un conflicto global que aún continúa en nuestros días. Coca-Cola podía tener su fórmula secreta, pero Pepsi tenía a Joan Crawford, viuda del presidente y temible testaferro. Los ejecutivos de Coca-Cola fueron los únicos norteamericanos que consideraron que habían perdido la guerra del Golfo... contra Pepsi. Cuando Norman Schwarzkopf firmó el alto el fuego se veía claramente junto a él una botella de Pepsi Diet. En la central de Atlanta nunca se llamaba a Pepsi por el nombre sino que se refería a ella como "la competencia", y si se sorprendía a alguien bebiendo Pepsi significaba su inmediato despido. Esa mentalidad de búnker fue la causa de la mayor metedura de pata en la historia de Coca-Cola: Coca Nueva, un intento por deshacerse para siempre de Pepsi, con una nueva fórmula por la que los consumidores habían mostrado su preferencia en las pruebas de degustación.



Pero los mitos nunca mueren. Un vasto clamo exigió la restauración de la Coca-Cola clásica. En dice, Pendergrast enumera los ingredientes de la fó trasecreta "7X", que nunca fue tan secreta como p los publicistas. Para nuestra desilusión, la fórmul en aceites de limón, naranja, nuez moscada, cane tro. Yo me esperaba incienso, oro y mirra, como n

Pero eso constituye la fórmula de una bebida, sueño, y el sueño de Coca-Cola se ha fundido par con nuestra noción de un cierto tipo de alegría nortea que, aunque no es del gusto de todos, resulta difíc tir. Las encuestas, al parecer, muestran que "Coca gunda palabra más reconocida en el mundo. La p "OK". La genialidad de Coca-Cola es haber lograd bas signifiquen lo mismo.

Daily

¿El ratón que aburre?

Walt Disney: el príncipe oscuro de H
M

"¡Caramba, esto perfeccionará a Beethoven!", excl Disney al ver por primera vez la secuencia de la Sin toral en *Fantasía*. Por extraño que ahora parezca, es movedora en el poder de su cine de animación e que justificada durante el largo reinado de Disney c narca de los dibujos animados. Además de Coca-C mito moderno, Walt Disney debe de ser la marca n sa del siglo veinte, identificada con los recuerdos n de un sinnúmero de infancias.

Así y todo, ¿está perdiendo la magia de Disney sobre la imaginación de los jóvenes? Euro Disne bulento parque temático cercano a París, fue desc un disgustado crítico francés como una Chernob ral, aunque tal vez una Stalingrado cultural sería la verdad: el campo de batalla en que el implacab de la cultura popular norteamericana fue detenid y ha debido retroceder. Supongo que el Ratón M Pato Donald ya no satisfacen a los niños de hoy, tinas titilan con los fantasmas electrónicos de los gos. Ahora rige el Super Nintendo, y el imperio c mercantiliza la nostalgia.

A pesar de lo entrañables que son las criaturas c ón de Disney, su creador fue un personaje más osc biguo, como revela Marc Eliot en su despiadada Lejos de ser el tío más favorito del mundo, Disn antisemita a ultranza y un enemigo acérrimo de l nistas, y durante veinticinco años actuó como espía wood para el FBI de J. Edgar Hoover. Eliot desc fancia brutal de Disney, su obsesión por lavarse l su enorme afición a la bebida y la incertidumbre su propio origen. El tema del abandono, presente películas de Disney, pudo deberse a la sensación c pia infancia perdida.

Eliot rastrea los antepasados de Disney hasta Je tophe d'Isigny, quien recibió el nombre de la alde mandía y se quedó en Inglaterra tras la conquista n y dio forma inglesa al nombre. Sus descendientes e a Estados Unidos en el siglo XIX, y el padre de W carpintero y campesino sin éxito, un hombre viol cohólico que pegaba y aterrorizaba a su hijo. Af mente, el niño dio muestras de un talento precoz bujo, y a su debido momento se hizo un artista co éxito con las películas de animación *Little Red Ri* y *Puss in Boots*. Un socio llamado Ub Iwerks creó ratón, pero fue el genio empresarial de Disney el c formó unos cuantos bosquejos en una estrella tan g mo ninguna otra en Hollywood.

Al tiempo que les pagaba unos sueldos de hambre madores, Disney supervisaba la producción de los largometrajes de animación, *Blancanieves* y *Pinocho* cada de los treinta ya era mundialmente famoso, c Papa, a Mussolini y a H. G. Wells. Aceptó una medal de la Liga de las Naciones usando la voz del Ratón

A pesar de su inmenso éxito, Disney se sentía a do por un sentimiento de fracaso personal, pues se que era hijo ilegítimo y que su verdadera madre e migrante empobrecida de Mojácar, en el sur de Españ su padre había conocido en California mientras bu bajo. Gracias a su amistad con Hoover, los equipo fueron con frecuencia a Mojácar en un esfuerzo po el origen de Disney. Pero cuando murió, en la cús fama, aún estaba inseguro sobre sus verdaderos pad ador de los sueños más grandes del mundo de la infa ca conoció realmente la suya.

Daily

or público
un apén-
órmula ul-
pretendían
a consiste
la y cilan-
nínimo.
no de un
ra siempre
americana
il de resis-
a" es la se-
primera es
o que am-

Telegraph
1993

Hollywood
Marc Eliot

lamó Walt
fonía Pas-
sta fe con-
staba más
como mo-
Cola, otro
más famo-
más felices

el control
ey, el tur-
cripto por
byl cultu-
más fiel a
ble avance
do por fin
Mickey y el
cuyas re-
videojue-
de Disney

del pante-
curo y am-
biografía.
ey fue un
los comu-
en Holly-
ribe la in-
as manos,
acerca de
en tantas
de su pro-

ean-Chris-
a en Nor-
normanda
emigraron
Valt fue un
lento y al-
fortunada-
para el di-
mercial de
ding-Hood
el famoso
que trans-
grande co-

e a los ani-
s primeros
. En la dé-
conocía al
lla especial
n Mickey.
tormenta-
ospechaba
ra una in-
ña, a quien
uscaba tra-
os del FBI
or localizar
pide de su
res: el cre-
ancia nun-

Telegraph
1994



Lenguajes de la sinrazón

Mein Kampf
Adolf Hitler

El psicópata nunca pasa de moda. Los contemporáneos de Hitler –Baldwin, Chamberlain, Herbert Hoover– parecen figuras patéticamente anticuadas, con sus abrigos largos y sus cuellos de pajarita, más próximos al mundo de Edison, Carnegie y el coche de caballos que a las modernas sociedades que ellos presidían, las primeras totalmente desarrolladas, áreas de conciencia nacional que formaban los periódicos producidos en masa y los bienes de consumo, la publicidad y las telecomunicaciones. En comparación, Hitler está completamente al día, y se sentiría tan a gusto en los años sesenta (y probablemente aún más en los setenta) como en los años veinte. Todo el aparato del superestado nazi, con los uniformes de pesadilla y la propaganda, parece extrañamente emocionante gracias a ese elemento de locura manifiesta al que todos somos sensibles, como la bomba H o Vietnam (quizás un motivo por el que los programas espaciales rusos y norteamericanos no han conseguido cautivar nuestra imaginación es que les falta esa cualidad de psicopatología explícita).

Ciertamente, la sociedad nazi parece una curiosa profecía de la nuestra: el mismo incremento de la violencia y las sensaciones, el mismo lenguaje de la sinrazón y la misma tendencia a novelar la experiencia. En sus diarios, Goebbels afirma que él y los líderes nazis se limitaron a hacer en el terreno de la realidad lo que Dostoievski había hecho en la ficción. Es interesante ver que tanto Goebbels como Mussolini escribieron novelas, en los días en que aún no controlaban su verdadero tema, y uno se pregunta si hoy hubieran hecho el esfuerzo, rodeados como estarían por la ficción a la espera de ser manipulada.

La "novela" de Hitler, *Mein Kampf*, fue escrita en 1924, casi una década antes de que él llegara al poder, pero es un bosquejo extraordinariamente preciso de sus intenciones, no tanto con respecto a objetivos políticos y sociales definidos, sino a la exacta psicología que pretendía imponer al pueblo alemán y a sus vasallos europeos. Esto solo basta para que sea uno de los libros más importantes del siglo XX, y digno de ser reimpreso, a pesar del macabro placer que sus desvaríos antisemitas proporcionarán a la generación actual de racistas.

¿En qué medida sobrevive el individuo Hitler en las páginas de este libro? En los noticieros, Hitler tiende a aparecer en dos papeles: el del orador demagógico que despotrica en un estado aparentemente cercano a la histeria neurótica, y el del *Kapellmeister* benévolo y ligeramente excéntrico que pasa revista sentimentalmente a sus guardaespaldas de la SS, o le sonríe a un coro elegido de niños alemanes y rubios. Estas dos facetas están presentes en *Mein Kampf*: el estilo retórico y fanfarrón, que destila odio y violencia, salpicado con pasajes de hondo sentimentalismo cuando el autor alaba la mística belleza del paisaje alemán y de sus gentes nobles y sencillas.

Además de las partes autobiográficas –el descubrimiento de su "germanismo" por parte de un niño austríaco–, *Mein Kampf* contiene tres elementos principales: los fundamentos, las paredes y el pórtico de una estructura paranoica excepcionalmente sólida. Primero está la visión de Hitler acerca de la historia y la raza, un sistema cuasi biológico que sustenta todo su pensamiento político y explica prácticamente todas las acciones que llevó a cabo. Luego viene su visión de la práctica estricta de la política y la toma del poder, métodos de organización política y propaganda. Y, por último, está su visión del futuro político de las Alemanias unidas, su política exterior expansionista y la actitud general ante el mundo circundante.

El tono general de *Mein Kampf* queda a la vista en el título original que Hitler le dio al testamento: *Cuatro años y medio de pelear contra las mentiras, la estupidez y la cobardía: un ajuste de cuentas con los destructores del movimiento nazi*. Fue el editor, Max Amann, quien sugirió el título más corto y mucho menos revelador de *Mi lucha*, y sin duda se habrá sentido aliviado cuando Hitler se mostró de acuerdo. El original de Hitler lo habría delatado mucho más y les habría recordado a los lectores las verdaderas fuentes de las ideas antisemitas y racistas de Hitler.

Al leer las paranoicas diatribas de Hitler contra los judíos, uno se asombra constantemente de la base biológica y no política de todo su pensamiento y su personalidad. La repulsión que sentía por los judíos era física, al igual que su reacción contra todo pueblo –como el de los eslavos o los negros– cuyo aspecto, postura, morfología y pigmentación encendieran la alarma de la inseguridad en su mente. Lo interesante es el lenguaje que escoge para describir esas obsesiones, que parecen ser principalmente fecales a juzgar por su continua preocupación por la "limpieza". En lugar de emplear argumentos económicos, sociales o políticos contra los judíos, Hitler se concentró casi exclusivamente en esa altisonante retórica biológica. Como no intentó racionalizar sus prejuicios, se adentró en un terreno mucho más inquietante e inseguro, algo que sus seguidores nunca se atreverían a hacer abiertamente. En la irrefutable lógica de la psicopatología, los judíos se convirtieron en los chivos expiatorios de todos los terrores del destete y el control de esfínteres. La repetición constante de las palabras "porquería", "repugnancia", "absceso", "hostil" y "escalofrío" refuerza una y otra vez esos sentimientos largamente reprimidos de la culpa y el deseo.

En el prefacio, el traductor de *Meinf Kampf* lo describe como escrito en el estilo de un alemán del sur, moderno y autodidacta, con un don para la oratoria. En este sentido, Hitler fue uno de los herederos legítimos del siglo veinte: la personificación del hombre semiculto. Mientras camina por las calles de Viena poco antes de la Primera Guerra Mundial, con la cabeza llena de vagos anhelos de artista y tonterías sacadas de revistas populares, ¿a quién se parece más? Sobre todo, a Leopold Bloom, su supuesto archienemigo, que aproximadamente en la misma época camina por la Dublín de Joyce con la cabeza llena de las mismas tonterías y los mismos anhelos. Ambos son hijos de la biblioteca de consulta y el manual de autosuperación, de los medios de comunicación que crean un nuevo vocabulario de violencia y sensaciones. Hitler era un psicópata semiculto que heredó los espléndidos sistemas de comunicación del siglo veinte. Cuarenta años después de su primera toma abortada del poder, otro inadaptado descontento siguió su ejemplo, Lee Harvey Oswald, en cuyo *Diario Histórico* vemos la misma lucha de un semiculto para evitar que lo abrume el exceso de información.

New Worlds
1969

Este retrato está incluido en Guía del usuario para el nuevo milenio *de J. G. Ballard. (Editorial Minotauro).*



CRUCI-CLIP

Anote las palabras siguiendo las flechas.

ANTIESTÉTICA · MAMÍFERO RUMIANTE DE AMÉRICA · ("... IT BE") DISCO DE THE BEATLES · ADORNO EN FORMA DE HUEVO (PL.) · ENGAÑO, EMBUSTE · (SAN) APÓSTOL CRISTIANO · MIEMBRO VIRIL · ENFERMEDAD BRONQUIAL · SUBIR, ALZAR · ADVIERTEN, REPARAN · REALICÉ UNA ELECCIÓN · CAPACITADO, IDÓNEO · DELANTE DE · ESCRITO DE UNA JUNTA · PIEZA CILÍNDRICA HUECA · (PAPÁ) FIGURA NAVIDEÑA · DIVISIÓN DE UNA OBRA DE TEATRO · REMOLQUE UNA NAVE · MOTIVO, RAZÓN · AJAD, FRUNCID · MONJES · (... KILMER) ACTOR · TÍTULO DE DICTADORES JAPONESES · PREFIJO: AMBOS · FINAL DE FRACCIÓN (PL.) · METAL DE COLOR GRIS · DESABRIDO, INSULSO · GRUPO MUSICAL SUECO · CADALSO · DE COLOR BLANCO · (LEÓN) AUTOR DE "EXODO" · HOMBRE JOVEN QUE SACA BENEFICIO DE SU TRATO CON MUJERES DE EDAD MAYOR · CAPITAL DE AZERBAIJÁN · QUIERAS MUCHO · QUE TIENE NUDOS

BLANCOS

Complete los crucigramas colocando las casillas negras, que harán un dibujo simétrico.

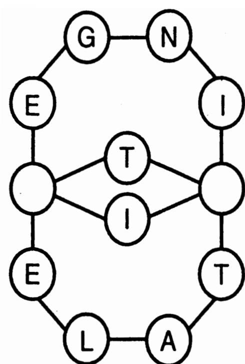
HORIZONTALES

1. Escojas./ Obedezca una orden. **2.** Sensación molesta en una parte del cuerpo./ Iniciales de la actriz italianaLoren. **3.** Abreviatura de ítem./ Mancha de aceite. **4.** Labráis la tierra con el arado./ Pronombre demostrativo neutro. **5.** Uno de los colores primarios./ Discurso solemne y enardecedor. **6.** Especie de lechuza grande. **7.** Planta de fruto espinoso./ (Johann S.) Compositor barroco. **8.** Se encamina a un lugar./ Guarnición para el caballo. **9.** De la cabeza./ Símbolo del bromo. **10.** Repetido, palabras huecas./ Capital de Jordania. **11.** Vehículo aéreo./ Emitió su voz el perro.

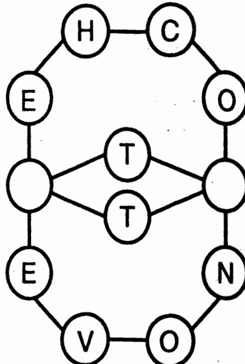
VERTICALES

1. Detestar, aborrecer./ Brasa. **2.** Caballo joven. **3.** Símbolo químico del talio./ Deslucir, marchitar./ Policía federal estadounidense. **4.** Oriundo de Eólida./ Curva cerrada, simétrica y oblonga. **5.** Abreviatura de señoras./ Hacen agujeros en la ropa para pasar los botones. **6.** Uno con sogas. **7.** Poco suave al tacto./ Canoa mexicana. **8.** Lección, asignatura./ Chanza, chiste. **9.** Respirar con ruido al dormir./ Símbolo químico del mendelevio. **10.** Alimentar en exceso a los animales para engordarlos y aprovechar su carne. **11.** Grupo racial./ Aparato calorífero de cocina.

PALABRAS ENLAZADAS



En cada caso hay dos palabras de siete letras enlazadas por dos letras en común que habrá que descubrir. Las palabras pueden leerse en cualquier dirección y usted deberá deducir en qué letra comienzan.





SOLUCIONES

CRUCI-CLIP

F	A	L	O	■	A	S	M	A
E	L	E	V	A	R	■	A	■
A	P	T	O	■	A	N	T	E
■	A	■	L	■	N	O	E	L
A	C	T	O	■	A	T	O	E
C	A	U	S	A	■	A	■	G
T	■	B	■	■	A	N	F	I
A	V	O	S	■	R	■	R	■
■	A	■	H	O	R	C	A	■
A	L	B	O	■	U	R	I	S
B	■	■	G	I	G	O	L	O
B	A	K	U	■	A	M	E	S
A	■	■	N	U	D	O	S	O

BLANCOS

O	P	T	E	S	■	A	C	A	T	E
D	O	L	O	R	■	S	L	■	■	T
I	T	■	L	A	M	P	A	R	O	N
A	R	A	I	S	■	E	S	O	■	I
R	O	J	O	■	A	R	E	N	G	A
■	■	A	■	O	T	O	■	C	■	■
A	B	R	O	J	O	■	B	A	C	H
S	■	■	V	A	■	A	R	R	E	O
C	E	F	A	L	I	C	O	■	B	R
U	■	B	L	A	■	A	M	M	A	N
A	V	I	O	N	■	L	A	D	R	O

PALABRAS ENLAZADAS

Ingenio - Talento.
Ochenta - Noventa.

